



# Las Vegas

Ciudad de rótulos  
escenográficos



Desde el día en que el pregonero dejó de ser un elemento indispensable en la ciudad para vocear los acontecimientos locales, se pegaron los comunicados que la mayoría de los ciudadanos podían leer, desde entonces las formas de comunicación oral y escrita no han cesado de multiplicarse en cantidad y en variedad.

De hecho, en cada metro del paisaje urbano hay un rótulo comercial, una placa profesional, una indicación de tráfico, una marquesina, un altavoz, una parada de autobuses o, simplemente un rótulo con el nombre de la calle.





Nuestras ciudades llenas de mensajes visuales, parecen catálogos de letras e imágenes, por lo cual al recorrer los espacios urbanos, es casi como si hojeáramos una revista de moda.

El diseño gráfico se ocupa de esta parte simbólica y visual del entorno urbano, ubicado sobre todo a la altura de nuestros ojos.





A nivel estético la gráfica popular pintada sobre las paredes de las calles de cualquier ciudad, se nos revela como una fuente inagotable de soluciones tipográficas y de elementos decorativos: dibujos, logotipos, caricaturas, representación real de objetos.





La ciudad del siglo XXI ya no es sólo una superficie habitable, es además un espacio de escritura y lectura, que al recorrer y usar la ciudad nos obliga a leer el entorno.





La ciudad es hoy un texto repleto de mensajes visuales, y ahora es cuando la arquitectura puede tomar conciencia de su capacidad narrativa, interpretando su uso como superficie escribible o como la construcción del propio signo, convirtiéndose en comunicación, que puede ser leeible dentro de la legibilidad del entorno.





“Los rótulos de los establecimientos comerciales llenan nuestras calles y conforman una parte importantísima del paisaje urbano. Su necesaria armonía es un punto importante en donde se refleja la calidad urbana de una ciudad.” (Joan Clos, alcalde de Barcelona)





Es importante entender la imagen de una ciudad desde el punto de vista del paisaje escenográfico y Las Vegas es un gran ejemplo muy característico, de cómo los gráficos urbanos pasan a ser la parte escenográfica mas importante del paisaje urbano.





Estamos ante una nueva dimensión del paisaje, en donde el gran rótulo ha pasado a ser la arquitectura y en donde el símbolo domina al espacio.





No se puede hablar de toda la ciudad de Las Vegas como paisaje característico, son dos zonas básicamente las que presentan estas condiciones visuales: El Boulevard de Las Vegas, calle conocida como el Strip y el Downtown o Calle Freemont, siendo la antigua zona hotelera y de casinos.





El Downtown que es la parte antigua de la ciudad de Las Vegas, sobre la calle Fremont, se encuentra el museo del rótulo de neón en donde encontramos ejemplos de anuncios realizados con tubos de luz, con diversas formas.





## EL ROTULO DE NEON



Su inventor, Georges Claude, exhibió el primer neón en el Grand Palais de París en 1910, posteriormente en 1913, construye el gran letrero de Cinzano en neón blanco y con unas enormes letras de 1.20 mts. de altura, exhibido en un tejado de los Campos Elíseos.

Muy pronto ciudades como Londres, Shangai y Los Angeles solicitaron este tipo de rótulos y Claude instaló una filial en New York en 1924. Se puede considerar que los americanos fueron los apóstoles del neón, de 1930 a 1940.



El neón es un tubo de vidrio opalino lleno de gas, helio o mercurio, cerrado al vacío y alimentado por dos electrodos exteriores.

El vidrio adopta casi cualquier forma porque se trabaja al fuego, pudiéndose empalmar y formar figuras caprichosas.

Cortando y conectando la luz desde diferentes circuitos se obtienen efectos de animación e intermitencia elementales, pero al mismo tiempo muy atractivos.





Existen ciertas limitaciones de tipografías en la construcción de rótulos con tubos de neón, porque aunque los tubos de vidrio son capaces de adoptar las formas más caprichosas que pueda imaginarse, no se adapta a ciertos estilos de letra, caligráficos.

















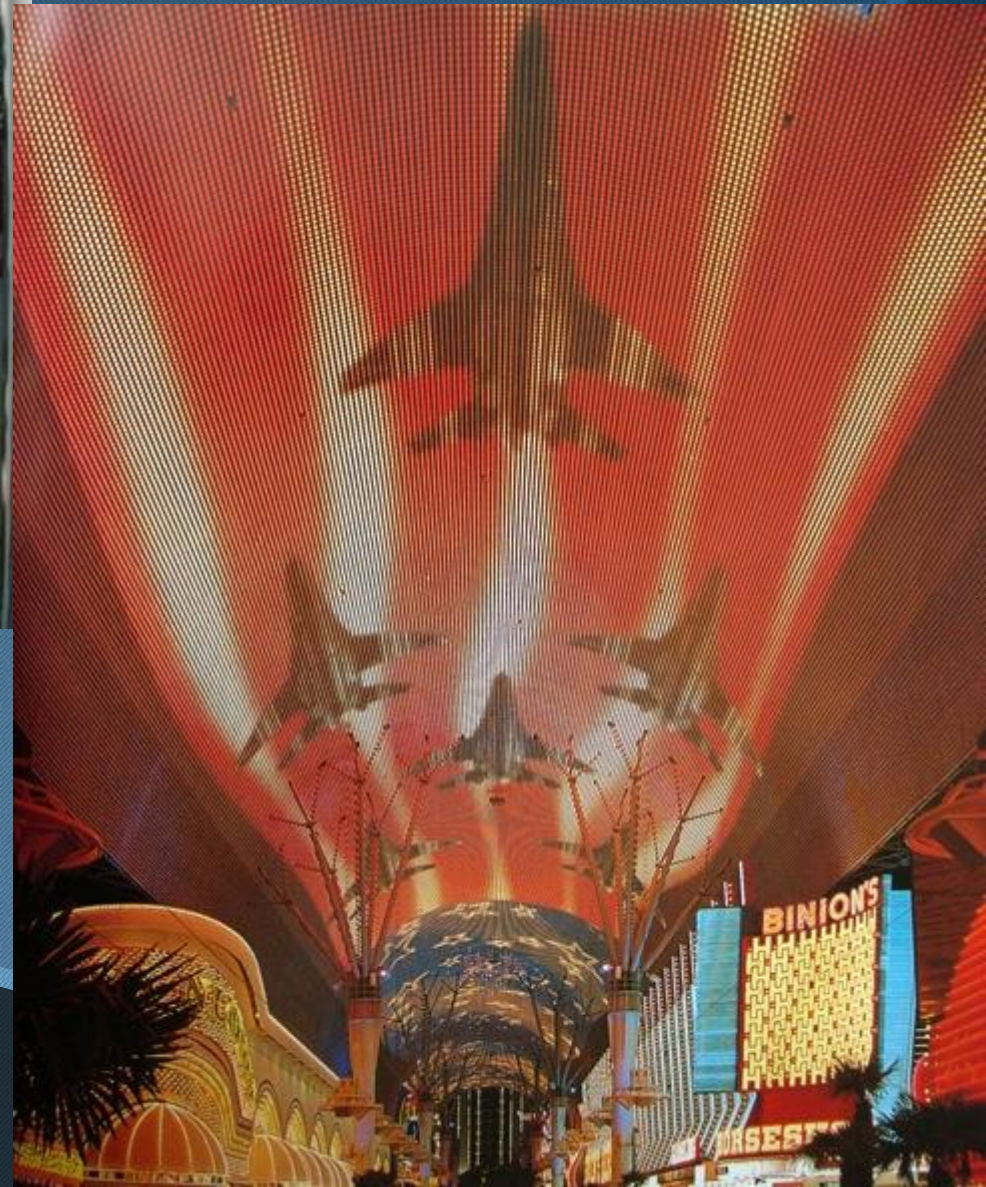
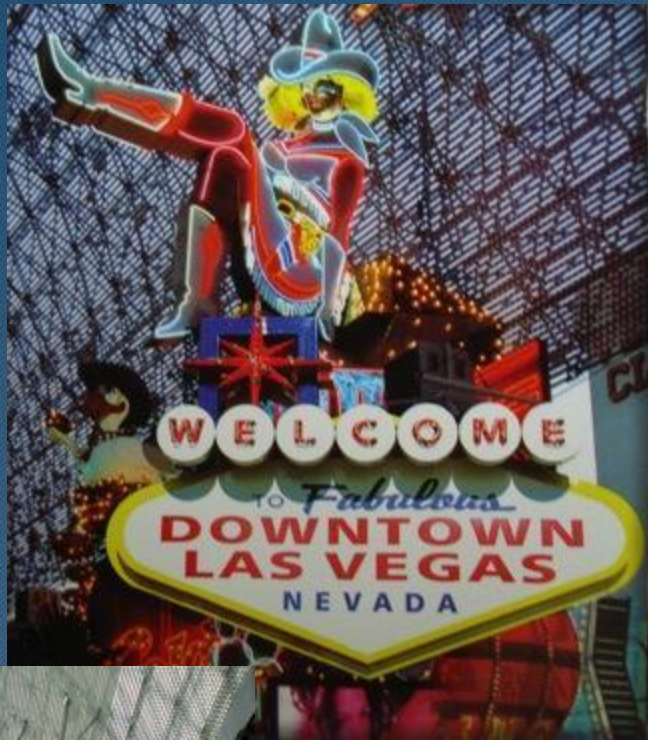




La cúpula o techo de la calle Fremont elaborado con tecnología muy actual a base de LEDS, complementa el espectáculo de luz y color que ofrecen los rótulos de neón.









A principios del siglo XX el efecto de la luz eléctrica aplicada a la publicidad estaba tan bien considerada que los comerciantes creía, con razón en el lema “la luz vende”.

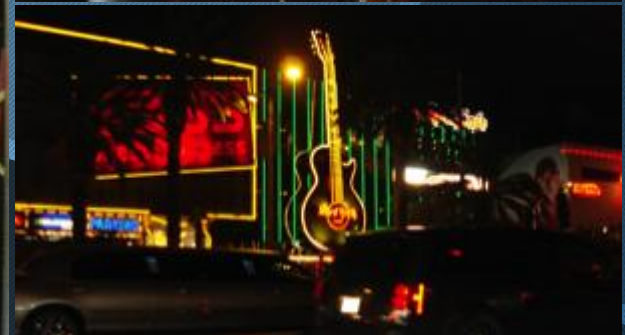




Desde los años treinta hasta hoy los neones han dibujado una cantidad innumerable de símbolos industriales y comerciales.

Es sabido que en 1947 se estrenó este tipo de rotulación en los casinos de Las Vegas, siendo una parte muy importante en el skyline nocturno de la ciudad.

Se ha convertido este estilo de rotulación en la connotación del espectáculo nocturno, definido por la frivolidad y la informalidad.



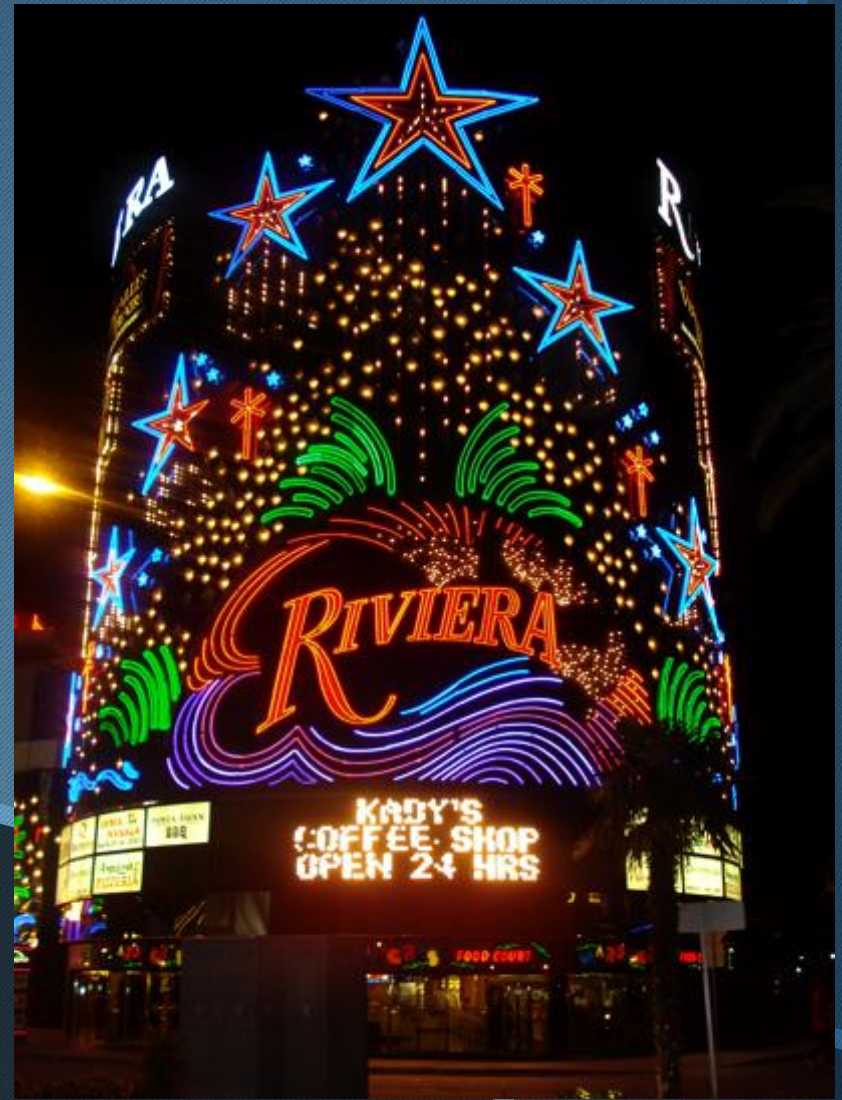


Sin embargo es importante considerar la verdadera necesidad de un rótulo luminoso, ya que si es un negocio que únicamente funciona de día, no será relevante su letrero nocturno iluminado y sin embargo durante el día, las instalaciones eléctricas, para el buen funcionamiento del rótulo, no serán atractivas.





Los rótulos que de día, son espectaculares por sus formas, imágenes, tipografía y colores, de noche se llenan de luz ofreciendo un brillante espectáculo de luz, forma y color.





En un principio fueron grandes estructuras sobrepuestas encima de los edificios, que sostenían letreros espectaculares, marquesinas llenas de rótulos y estructuras sobresalientes de la fachada del edificio, en pocas palabras la forma de edificio se veía tapada casi en su totalidad por las estructuras y rótulos, como lo es el caso del antiguo Hotel El Cortez.





Posteriormente con mayor planeación las grandes edificaciones de los hoteles que se fueron construyendo en el Strip, planearon los espacios para los rótulos, en áreas en donde hacen un papel espectacular si ser parte misma del edificio o taparlo en casi su totalidad.





Una de las características especiales de los letreros de Las Vegas, es que no son únicamente banners tipográficos, la gran mayoría de ellos están contenidos en enormes estructuras monolíticas, que vienen a ser objetos importantes dentro de la conformación del espacio urbano.





Muchos incluyen imágenes tridimensionales o fotográficas, que hacen que sean rótulos espectaculares.





“La ciudad del desierto es comunicación intensiva a lo largo de la autopista en donde el gran anuncio y el pequeño edificio son las reglas de la carretera 66. El rótulo es mas importante que la arquitectura. En donde lo barato es la arquitectura. A veces el propio edificio es un anuncio. Si prescindimos de los anuncios, nos quedamos sin lugar. La imagen de la vía comercial es el caos.”  
(Venturi)





La velocidad de envejecimiento de un anuncio parece ser más próxima a la de un automóvil que a la de un edificio. Y no por su degradación física, sino por lo que hacen sus competidores de alrededor.

Nuevos hoteles, nuevos anuncios, que cubren por completo a las edificaciones, cientos de metros de luces, programados por computadora.

Ante la necesidad de competir con los demás, se propaga la imaginación con influencia artística y los hoteles de Las Vegas presentan anuncios inconcebibles en otros lados.





La arquitectura se transforma en comunicación simbólica, que maneja los mensajes visuales como referencia dentro de su entorno, en donde edificios institucionales o construcciones comerciales, integran su identidad visual como parte de su propia arquitectura.





Los rótulos y letreros son detalles ambientales del espacio, que de un modo u otro van marcando modas y estilos de vida como parte de la cultura cotidiana de un lugar.





Y como nos dice Cullen, la ciudad, está llena de belleza y dramatismo, de tráfico, de gente, de ríos y canales e innumerables otras cosas.

Pero, ¿cuantas veces tenemos la oportunidad de sentarnos cómodamente y contemplarlas?

El paisaje urbano puede proporcionar una notable dosis de regocijo, acompañada de una buena proporción de dramatismo.





“Los elementos móviles de una ciudad, y en especial las personas y sus actividades son tan importantes como las partes fijas. No somos tan solo observadores de este espectáculo, sino que también somos parte de él, y compartimos el escenario con los demás participantes.” (Lynch)





Se puede decir que en la construcción de la imagen de una ciudad, confluyen todas sus partes estableciendo relaciones funcionales, pero en las que transitan muchas de las emociones y sensaciones de quienes la habitan, creando una relación dialéctica en la que los habitantes construyen a la ciudad y ésta a su vez, construye a los habitantes.



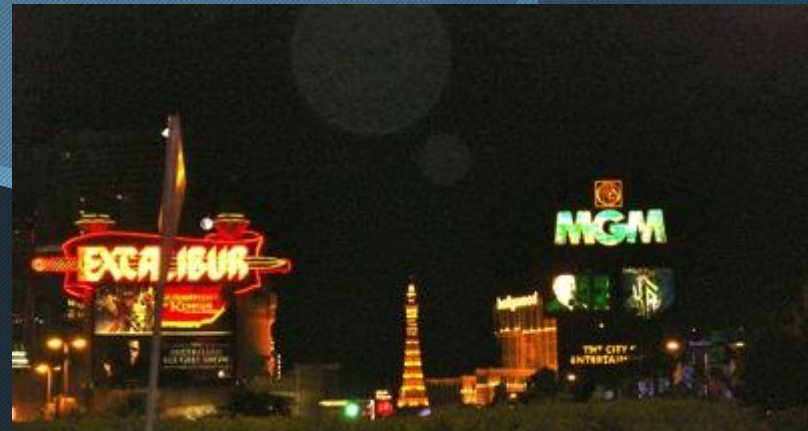
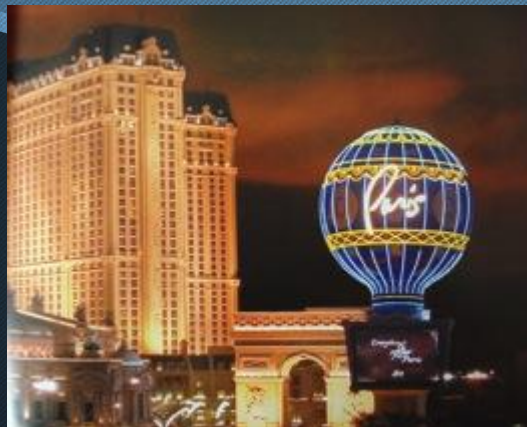
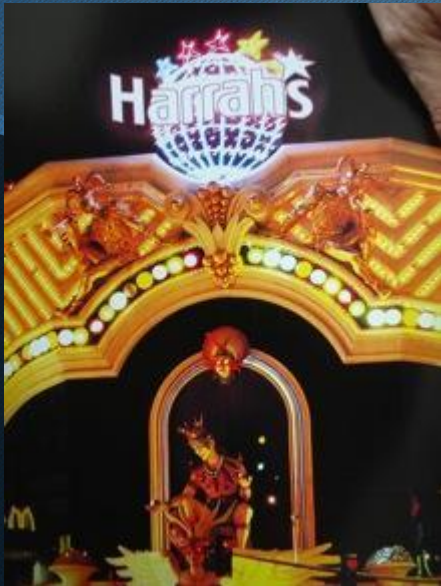


A la gente le gusta comprar y vender, enterarse de cosas y comunicarse a los demás. Es algo que forma parte de nuestra civilización. El que la publicidad ha invadido la vía pública es un hecho absolutamente cierto; pero también lo es, que resultaría difícil encontrar otros sitios en los que pudiera cumplir su misión.





En Las Vegas se ha logrado crear, durante la noche, un panorama nuevo, un panorama jamás visto hasta los tiempos modernos: haces de luces cruzan el cielo, enormes letras luminosas proporcionan al viandante un espectáculo gratis de luces centellantes.





En donde la publicidad ha sido aceptada como un elemento mas del paisaje escenográfico de la ciudad.

Esta es la incongruencia visual que precisamente el paisajista urbano, se niega a aceptar como algo que constituya una ayuda a sus proyectos.





En la gran mayoría de los proyectos urbanos de ciudades modernas, no podemos encontrar un lugar para anuncios o la más mínima referencia a la publicidad.

Y, no obstante, de todos sus elementos, tal vez sea este el más característico de una ciudad moderna y, potencialmente la mas valiosa aportación del siglo XX a la paisajística urbana.





Sin embargo podemos encontrar un sitio como Las Vegas, en donde el espacio urbano es invadido por la publicidad y es parte misma del paisaje cotidiano de la ciudad.

Ciudad escenográfica que presenta los anuncios publicitarios mas espectaculares jamás imaginados.





Gracias...